

**ΧΑΙΡΕΤΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΠΡΟΕΔΡΟΥ ΤΟΥ ΣΕΒ,
ΔΗΜΗΤΡΗ ΔΑΣΚΑΛΟΠΟΥΛΟΥ
ΣΤΟ ΑΝΟΙΚΤΟ ΦΟΡΟΥΜ 08
«ΜΜΕ: Δεοντολογία, Κέρδος και Εξουσία»**

Αθήνα, 9 Απριλίου 2008

Με ιδιαίτερη χαρά σας καλωσορίζω στο Ανοιχτό μας Forum –μία πρωτοβουλία δημόσιου διαλόγου του ΣΕΒ που μετρά ήδη 3 χρόνια ζωής. Επιλέξαμε φέτος να θέσουμε τον δάχτυλο επί τον τύπον των ...Μέσων, με απώτερο στόχο να αναζητήσουμε τρόπους αναβάθμισης του δημόσιου λόγου και αντίλογου στον τόπο μας. Ο ΣΕΒ ανήκει πράγματι στους φορείς εκείνους που εκφράζουν και εκπροσωπούν την ανάγκη θεμελιακών αλλαγών σε μια χώρα που δείχνει, ακόμη, να φοβάται σε μεγάλο βαθμό το μέλλον... Για να γίνουν, όμως, οι αναγκαίες από την ίδια την πραγματικότητα αλλαγές κτήμα –και αίτημα– του κοινωνικού συνόλου, απαιτείται ένας ουσιαστικός και απροσχημάτιστος διάλογος για μια σειρά από καίρια ζητήματα και προβλήματα. Απαιτείται η διαμόρφωση ενός περιβάλλοντος δημιουργικής περιέργειας, θετικής ενέργειας και γόνιμης αντιπαράθεσης ιδεών, που προωθεί την εποικοδομητική σκέψη και τη δημιουργική σύνθεση– με έμφαση στη δράση και τη πρόοδο. Αυτό είναι το περιβάλλον που λειτουργεί στις επιτυχημένες σύγχρονες επιχειρήσεις, αυτή είναι η προϋπόθεση προόδου για τις κοινωνίες που εξελίσσονται δυναμικά. Στη διαμόρφωση ενός τέτοιου περιβάλλοντος τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας έχουν κατά τεκμήριο τον καθοριστικό ρόλο. Γιατί αποτελούν το κομβικό σημείο έκφρασης και εκδήλωσης του δημόσιου βίου.

Η τηλεόραση, ειδικότερα, αποτελεί σήμερα, διεθνώς, το κυρίαρχο μέσο ψυχαγωγίας και ενημέρωσης, με καθοριστικό ρόλο και επιρροή στην κοινωνία, την οικονομία και τον πολιτισμό. Παρέχοντας ένα ευρύ φάσμα πολύμορφης πληροφόρησης, ενώνοντας τον πλανήτη και καθιστώντας κάθε τηλεθεατή παγκόσμιο πολίτη, δεν έχει απλώς γίνει αναπόσπαστο στοιχείο της καθημερινότητας των περισσότερων ανθρώπων. Αποτελεί σημαντικό μέσο κοινωνικοποίησης, βασικό πεδίο του δημόσιου χώρου και πλαίσιο των κοινωνικοπολιτικών εξελίξεων. Πολύ εύστοχα, η Φρανσουάζ Ζιρού αποκαλούσε τη σύγχρονη τηλεόραση «δημοκρατία του καθρέφτη» –έστω και αν πολλοί θεωρούν την τηλεόραση ως τον παραμορφωτικό καθρέφτη της σύγχρονης δημοκρατίας.

Ταυτόχρονα όμως, η τηλεόραση αποτελεί σήμερα καίριο μηχανισμό για τη ζωτικότητα της παγκόσμιας αγοράς, καθώς διαχειρίζεται σημαντικό μέρος της διαφημιστικής δαπάνης και εξασφαλίζει, άμεσα ή έμμεσα, μεγάλο αριθμό θέσεων εργασίας. Οι τηλεοπτικοί σταθμοί αποτελούν, λοιπόν, επιχειρήσεις διαχείρισης της ψυχαγωγίας και της ενημέρωσης. Αποτελούν δυναμικό κλάδο της σύγχρονης οικονομίας, οι δραστηριότητες και προοπτικές

ανάπτυξης του οποίου θα διευρυνθούν στο εγγύς μέλλον, χάρη στην εξέλιξη της τεχνολογίας και στις διαφαινόμενες απαιτήσεις και ανάγκες της κοινωνίας.

Ο σύγχρονος πολιτισμός μας είναι ψηφιακός και εικονολατρικός. Η κυρίαρχη παρουσία των ΜΜΕ έχει πολλές θετικές και, αναπόφευκτα, αρκετές αρνητικές πλευρές –που προσδιορίζονται τόσο από τα τεχνικά χαρακτηριστικά τους όσο και από το θεσμικό και πολιτιστικό επίπεδο κάθε κοινωνίας.

Τα ΜΜΕ αποτελούν μια φύσει ευάλωτη μορφή δημοκρατίας, γιατί η μαζική ενημέρωση συχνά τείνει να διολισθήσει με συνοπτικές διαδικασίες στην αφοριστική δημαγωγία ή και στον δημόσιο λιθοβολισμό. Ειδικά στην Ελλάδα, τα ΜΜΕ είναι γέννημα – θρέμμα της παγκόσμιας θεσμικής εξέλιξης στη δεκαετία του '80 κι ενός ατελούς εγχώριου θεσμικού πλαισίου από το 1989 μέχρι σήμερα. Φέρουν, έτσι, έντονα τα ιδιότυπα χαρακτηριστικά και τις ελλειπείς ποιότητες της ελληνικής κοινωνίας, της οποίας αποτελούν ταυτόχρονα τον καθρέφτη και τον διαμορφωτή.

Η καταλυτική επιρροή των Μέσων στην κοινή γνώμη τα καθιστά συχνά στόχο έντονων επικρίσεων –με προεξάρχοντες βέβαια εκείνους, οι οποίοι βλέπουν την παραδοσιακή επιρροή τους στην ελληνική κοινωνία να μειώνεται. Σε αρκετές περιπτώσεις, άλλωστε, τα media έχουν χρησιμοποιηθεί από την καθ' ημάς πολιτική ως άλλοθι για τα ελλείμματα ή τα αμαρτήματά της. Γι' αυτό και οι συνήθεις αιτιάσεις που διατυπώνονται σε βάρος τους είναι μονομερείς και συχνά προσχηματικές. Όταν δε προέρχονται από την πλευρά της πολιτικής, παραβλέπουν δύο σημαντικά ερωτήματα:

- Ο πειρασμός της δημαγωγικής υπεραπλούστευσης είναι πράγματι εγγενής στον μιντιακό λόγο. Ωστόσο και πριν από τα ΜΜΕ επικράτησε ο λαϊκισμός στην πολιτική, που επίσης συνιστά μια μορφή εμπορικής – ψηφοθηρικής δημαγωγίας. Άρα, εν προκειμένω, μήπως η πολιτική λιθοβολώντας τα Μέσα λιθοβολεί τον καθρέφτη της;
- Η λογική της αγοράς και του μάρκετινγκ, στην οποία μοιραία υπακούει η εμπορική τηλεόραση, είναι μια κατά κάποιον τρόπο δημοκρατική λογική, τουλάχιστον στον βαθμό που νομιμοποιείται μέσα από την αμφίδρομη σχέση με τον τηλεθεατή – καταναλωτή, ο οποίος «ψηφίζει» δια του τηλεκοντρόλ. Η ίδια λογική, τελικά, διέπει στην πράξη και τις σχέσεις των πολιτικών φορέων με τον ψηφοφόρο – πελάτη. Οι υπαρκτές ή υποτιθέμενες λαϊκές προτιμήσεις υπαγορεύουν τα τηλεοπτικά προγράμματα όπως και την πολιτική ρητορεία. Μήπως, λοιπόν, δεν φταίει μόνο το επίπεδο του τηλεοπτικού λόγου για το επίπεδο του πολιτικού λόγου;

Αναμφισβήτητα, η πολλαπλή επιρροή που ασκούν τα ΜΜΕ στην ελληνική κοινωνία σήμερα τα επιφορτίζει με αυξημένες ευθύνες ως προς την ποιότητα του περιεχομένου τους. Οι σύγχρονες επιχειρήσεις του ιδιωτικού τομέα, στις οποίες νομοτελειακά συγκαταλέγονται οι μιντιακές επιχειρήσεις, δίνουν εδώ και καιρό τη μάχη υπέρ της κοινωνικής υπευθυνότητας, της διαφάνειας, της εταιρικής διακυβέρνησης. Παρά την αναμφισβήτητη και συνεχή τους πρόοδο, έχουν δρόμο ακόμη να διανύσουν, ενώ ταυτόχρονα οι κοινωνικές απαιτήσεις από τις επιχειρήσεις αυξάνονται και εντείνονται. Ο δρόμος των ΜΜΕ είναι ακόμη μεγαλύτερος –όχι επειδή υστερούν σε σύγκριση με τις άλλες επιχειρήσεις του ιδιωτικού τομέα, αλλά επειδή φέρουν ένα μεγαλύτερο μέρος ευθύνης απέναντι στο κοινωνικό σύνολο, αφού το προϊόν τους είναι κοινωνικό αγαθό, που δεν είναι μάλιστα τυποποιημένο αφού εμπεριέχει σαν κύριο συστατικό του την ελεύθερη άποψη του δημιουργού του.

Επιπλέον, η εξουσία που διαθέτουν σαν οργανισμοί, αλλά και σαν άτομα που τον απαρτίζουν, χρήζει ενισχυμένων κανόνων δεοντολογίας, διαφάνειας και αξιοπιστίας. Η ανάγκη αυτή, όμως, δεν προσδιορίζεται με βάση τους αυθαίρετους ή ιδιοτελείς αφορισμούς των όποιων αυτόκλητων θεματοφυλάκων της ηθικής, της αισθητικής, της πολιτικής ορθότητας και του πολιτισμικού προσανατολισμού της κοινωνίας. Η ελληνική κοινωνία είναι αυτή που έχει –και πρέπει να έχει– το αναφαίρετο δικαίωμα ελεύθερου προσανατολισμού και επιλογών.

Σε τελευταία ανάλυση, χρειαζόμαστε ως τόπος το οξυγόνο μιας νέας δημιουργικής πνοής για να λειτουργήσει επιτέλους η χώρα με σύγχρονους όρους στον σύγχρονο κόσμο. Μόνο μια τέτοια δημιουργική, ανανεωτική πνοή μπορεί να διαμορφώσει ένα περιβάλλον αναβάθμισης και για τα ελληνικά ΜΜΕ. Κι αυτό, βέβαια, προϋποθέτει ότι ο πολιτικός κόσμος θα μπορέσει να ξαναπάρει την πρωτοβουλία από τα Μέσα, και ότι οι τηλεθεατές θα ξαναγίνουν περισσότερο πολίτες. Εφόσον, δηλαδή, ο πολιτικός μας κόσμος θέλει να αποκαταστήσει την αντιπροσωπευτική δημοκρατία στην κοινή συνείδηση, μπορεί –αν μη τι άλλο– να θέσει τον πήχη του πολιτικού διαλόγου ψηλότερα από τα τηλεπαράθυρα. Και εφόσον το κοινό δηλώνει δυσαρεστημένο με το επίπεδο και την ποιότητα της ενημέρωσης και προβληματισμένο με την εξάρτηση των μιντιακών επιχειρήσεων από συγκεκριμένα επιχειρηματικά συμφέροντα, μπορεί αν μη τι άλλο να χρησιμοποιήσει το τηλεκοντρόλ για να εκδηλώσει αυτές τις θέσεις του ή να αντισταθεί περισσότερο στην εξάρτησή του από αυτά.

Με άλλα λόγια, η τηλεοπτική αναβάθμιση είναι συνάρτηση της πολιτικής και κοινωνικής αναβάθμισης. Τα Μέσα είναι ο καθρέφτης μας. Αναγνωρίζουμε σήμερα τον εαυτό μας σε αυτά;

Σας εύχομαι και πάλι καλώς ορίσατε, ελπίζοντας ότι ο διάλογος που θα επακολουθήσει στις ομάδες εργασίας και στα πάνελ θα είναι γόνιμος, ουσιαστικός και δημιουργικός.